

# 2023年服装店五一活动方案 五一服装店 活动方案(模板8篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 服装店五一活动方案篇一

幸福大投“球”，下一个属于你。

上午11:00开始

音乐放弃（首先暖场，音乐打造声势，吸引群众，聚集一定的人群，烘托现场气氛），2遮阳伞摆好，工作人员到场，3开业横幅，宣传标语悬挂好。

### 主要活动

以特别大的t恤（图案是以店铺名称，服装特色为内容），悬挂于门店上方，大衣里面用气球填充，使其饱满。——吸引过路人留步。

在衣服下方设计两个超大口袋（使其能鼓起来），左边为“福（服）袋”，右边为“手袋”。观众通过从下往上仍纸团，投中一方送相应礼品。（要求：纸团上写有姓名，联系方式，活动后还将从中随机抽出数名幸运者。后期可以利用这些信息定期传递我们门店最新优惠信息）——吸引学生参与其中，了解门店信息。

最后，把特制大衣拍摄成艺术照片，并写上此次参加我们活动，并且留下姓名与联系方式的学生姓名，然后贴在店铺墙

上。（目的是为了来店铺的消费者有机会看到自己的名字，产生一种自豪与归属感）。

规则与要求：

1、左边送——“掘贝一家通”的5元代金券（一月内使用有效）。

右边送——一些生活用品（比如洗衣粉，牙刷，牙膏以及肥皂）

幸运者礼品——本店的牛仔裤一件或时尚t恤一件。（数名）

2、投纸团者与大衣的空衣袋要保持一定距离，在工作人员指挥下头球与拿奖品。

特制大衣要求：

1、颜色鲜艳，图案明显；

2、衣袋要大，要深；

3、活动前必须把大衣挂好（挂在何处暂定）

方案一：

一人行，第一件原价，第二件打8折。

两人行，两个人第一件打9折，第二件统统半价。

三人以上（包括三人）全体六折。

方案二：

凡是当天在本店购买服装的消费者，可获赠服装店代金券10元

（或“掘贝一家通”会员卡，可打8.8折与积分，积分越高，打折越低），用代金券牢牢抓住顾客，牢牢抓住顾客的心，提高长期回头客。

## 服装店五一活动方案篇二

五一节促销方案建议五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。

继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着

春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）

2、长假旅行消费（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）

3、近郊春游消费（饮料类、即食品类、休闲食品类、）

（户外用品、运动用品、园艺用品）

4、家庭换季消费（夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季）

（夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）

5、福利消费（夏季消暑用品团体福利消费）

我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消

费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾 惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣 低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假 低价总动员（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏 低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天 购物拿大奖（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣 吃上再拿上（游戏互动促销 大规模的品尝买赠活动）

#### 四、确定促销商品分类比重及促销价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重，建议如下：

五一快讯各类促销品量

食品类

分类

主要品种

促销品数

让利幅度

生鲜

包装熟肉装

2

10□□20□

散称熟肉、面包、散称饼干

6

10□□20□

散称糖果、炒货、干果蜜饯

4

10□□20□

粮油

色拉油

2

5□□10□

10公斤代大米、面粉

2

5□□10□

调味

醋、酱油、味精、芥末油、花椒油（凉拌型）

2

5□□10□

代干货（腐竹、粉丝）

2

10□□20□

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜

8

5□□10□

酒饮

白酒（当地婚庆常用型）

2

3□□5□

啤酒（单支、罐装）

2

3□□5□

饮料（纯水、果汁、乳酸、茶）

10

5□□10□

冲调（柑粉、固体果味冲饮）

2

30□()□50□

茶叶（散装、袋装）文秘公文网版权所有

4

20□□30□

膨化

4

10□□15□

果冻

2

10□□15□

干果蜜饯

4

10□□15□



山楂

2

10□

□15□

五一期快讯各类促销品量

非食品类

分类

主要品种

促销品数

让利幅度

洗化

洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化

8

10□□15□

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂

4

10□□15□

香皂（润肤型）

2

10□□15□

护肤膏霜（防晒、保湿型、换季护肤品）

10

20□□30□

牙膏、牙刷

4

10□□15□

卫生巾、卫生纸

4

10□□15□

家居

收纳整理袋、衣架

4

10□□15□

居室清洁用具

2

10□□15□

冰品制作模具、凉杯水具

2

10□□15□

雨具

2

10□□15□

家电

夏凉家电（电扇、空调）

4

5□□10□

摄影器材（像机、胶卷、电池）

4

5□□10□

家纺

内衣、睡衣、丝袜（夏凉型）

10

10□□15□

床品（凉枕凉席）

2

10□□15□

毛巾（浴巾、毛巾被）

2

10□□15□

运动服、鞋

4

20□□30□

凉拖

4

20□□30□

文体

运动器材（羽拍类、球类）

3

20□□30□

户外玩具类（风筝、摇控模型）

4

20□□30□

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

1、买赠（一单购物达××元赠××物品）

2、互动有奖游戏（一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖）

（如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛）

3、刮刮卡（一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖）

4、现场试吃试用（请厂家多提供）

5、演艺（请演艺队营造气氛）  
文秘公文网版权所有

6、小鬼当家

我们建议五一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5。

# 服装店五一活动方案篇三

## 一、活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的‘低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

## 二、活动主题：

家的感觉，价的乐趣

## 三、活动时间：

4月28日~5月10日

## 四、活动目的：

让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

## 五、活动地点：

店内促销

## 六、促销的形式：

买赠、现场试吃、抽奖等。

## 七、活动内容：

1、“五一”，我想要的`五元、一元商品集中营，组成商品

商品特卖区（小食品、小百货、日化类等），做封面。

2、商品折扣购：一次性购物满38元的顾客可享受大米/500g的折扣，五一折每人限1kg□

3、凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次（外场专柜、家电不参与此项活动）。

一等奖：价值300元礼品一份（总计5份）

二等奖：价值30元礼品一份（5份）

三等奖：价值10元礼品一份（20份）

四等奖：价值3元礼品一份（100份）

五等奖：价值1元礼品一份（500份）

注：

1、当日现场抽取奖品，购物小票不予累计（多买多重）。

2、店内所有员工一律不允许参加此次活动。

## **服装店五一活动方案篇四**

促销类型：举办活动

促销宣传方案：

1) 在当地报纸做1/2或1/4版广告宣传

- 2) 重点小区进行业务人员推广，可印刷一批宣传单页
- 3) 安排电话营销人员对前期咨询的客户或小区电话名单进行电话告知
- 4) 公司内部海报
- 5) 施工现场进行海报宣传(印刷几十份海报)

促销优惠方案：

- 1) \*\*品牌地砖\*\*品牌地板6折起团购
- 2) \*\*品牌厨房\*\*品牌卫浴7折起团购
- 3) \*\*品牌家具7折起团购
- 4) 装修团购85折起，每增加10户再降5个点，一直降到7折零利润装修

现场活动：

- 2) 每一站都有精美礼品和团购优惠活动

促销准备：

主材商的合作谈判

联系家装一日游所用包车和就餐安排

准备施工工地和样板房

各小区户型解读和方案

方案评估：

本方案是将部分业主集中起来，以家装游的形式促进客户全



方位了解家装产品。通过本次家装游，可以让业主感到自己采购主材和打理装修的艰辛，从而造成现场订单和事后订单。本次活动只报名不收订金能很大程度地化解业主的心底顾虑。

活动解说：

1) 上午9：00于指定地点班车出发，同时向每位客户发送全程游指南(即家装一日游详细规则和优惠说明)

2) 每5名客户设置家装导游1名(可以由设计师担任)

3) 每一站等于是一个小会场，要求参与家装游的商家做好海报宣传和 service 人员的安排

4) 每一站停留时间为40分钟，中午到指定饭店用餐(快餐即可)

6) 最后一站进行先报名(指团购报名)后发送团购优惠券和礼品

活动分析：

本次活动总投资除广告宣传外约为3000-8000元，主要的费用有包车费、快餐费、礼品费和场地费(指最后一站宾馆活动所用)，如果能够组织50户参观，费用约在5000元。加上广告投放(以1/4版做一期，费用6000元计)和宣传册费用，总体投入约在120xx-15000元。如果能够促成20户以上团购，就算本次活动圆满成功!

## 服装店五一活动方案篇五

五一劳动节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一劳动节的促销活动不仅不能错过，且要重视并搞好。

我们促销活动始终应围绕一个理念，“促销活动不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销活动迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一劳动节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销活动商品群。

五一劳动节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销活动期间不益太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销活动期应安排在4月28日起至5月8日止为益。

虽说促销活动就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销活动重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一劳动节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销活动，也就是说要以提升客流量为主。在促销活动商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销活动主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一劳动节促销活动主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销活动诉求。将诉求目的标语化便构成了促销活动宣传广告上的促销活动主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假低价总动员（出游用品、饮品、休闲零食、即零食特价）

清凉一夏低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天购物拿大奖（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣吃上再拿上（游戏互动促销活动大规模的品尝买赠活动）

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销活动主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

1、买赠（一单购物达××元赠××物品）

2、互动有奖游戏（一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖）（如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛）

3、刮刮卡（一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖）

4、现场试吃试用（请厂家多提供）

5、演艺（请演艺队营造气氛）

6、小鬼当家

我们建议五一劳动节促销活动费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销活动期间预记销售总额的1.5%。

## 服装店五一活动方案篇六

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)5、福利消费(夏季消暑用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。一、确定促销期间 五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不益太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

## 二、确定促销目的

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

## 三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾 惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣 低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假 低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏 低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、

饮料)超市五一活动策划方案欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季  
(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天 购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣 吃上再拿上(游戏互动促销 大规模的品尝买赠活动)

四、确定促销商品分类比重及促销价

五、确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

- 1、买赠(一单购物达××元赠××物品)
- 2、互动有奖游戏(一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3、刮刮卡(一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖)
- 4、现场试吃试用(请厂家多提供)
- 5、演艺(请演艺队营造气氛)
- 6、小鬼当家

六、确定促销投入

我们建议五一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5%。

## 服装店五一活动方案篇七

一主题主要以10个“5元”系列产品作为低价促销活动；

二主题主要以10个“1元”系列产品作为低价促销活动；

封面：活动主题宣传

主要突出竞拍会的活动内容，结合某厂家的产品推广活动(带演绎活动内容)；

封一、封二：“五一”主题特价专版【共计30支单品】

1. “1元”系列产品15支，主要以食品，百货，日化及日配课为主推课别；

1) 食品：休闲小食品2支，饮料1支，调味品1支；

2) 百货：玻璃杯1支，粘钩1支，苍蝇拍1支，夏季凉扇1支，男女丝袜2支；

3) 日化：香皂或肥皂1支，牙刷1支，夏季灭蚊用品(蚊香)1支；

4) 日配：盒装酸奶2支；

2. “5元”系列产品15支，主要以食品，百货，日化为主推课别；

1) 食品：饮料1支，冲饮品1支，南北干货类1支，调味品1支，

休闲食品类1支;

3) 日化: 洗涤用品(洗发水, 沐浴露)2支, 夏季防晒用品1支, 纸制品1支;

封三: 生鲜专版: 【共计20支单品】

1. 时令蔬菜4支单品, 时令水果6支单品, 限定销售日期;

2. 五谷杂粮单品4-5支, 主要突出夏季降暑产品(白糖, 红豆, 绿豆等);

封四: “美”食“美”客(粮油, 休闲食品专版)【共计33支单品】

1. 粮油课: (合计17支单品)

2) 香油2支: 鉴于夏季制作凉菜的因素, 选择2支单品, 高低价格区分开;

3) 酱油2支: 大小包装各1支, 可选择生抽或老抽;

4) 醋2支: 瓶装, 袋装各1支, 袋装可选择1元三袋的销售方式;

5) 调味酱2支: 麻辣酱, 芝麻酱各1支;

6) 速食面2支: 五连包方便面, 袋装粉丝各1支;

7) 南北干货类3支: 枸杞, 大枣, 银耳各1支;

8) 袋装大米2支: 对比促销活动, 主推大包装商品, 选择10kg和5kg各1支;

9) 挂面1支: 挂面属于自采商品, 以低毛利或平价销售;



## 2. 休闲食品课：（合计16支单品）

- 1) 炒货类2支：瓜子，花生各1支；
- 2) 糕点类2支：袋装面包，蛋黄派各1支；
- 3) 休闲小食品(蜜饯类)2支：主要针对蜜饯类产品选择；
- 4) 膨化食品2支：薯片，锅巴各1支；
- 5) 饼干2支：一般夹心饼干，威化饼干各1支；
- 6) 果冻3支：散装果冻1支(金娃果冻折价)，袋装果冻1支(喜之郎果冻)；
- 7) 散装食品3支：散装饼干，散装干货，散装炒货各1支；

## 封五、封六：“凉爽夏日风”（酒饮，冲调专版）【共计42支单品】

### 1. 酒饮课：（合计32支单品）

- 1) 碳酸饮料(可口可乐，百事可乐，非常可乐，雪碧，柠檬汽水等)8支；
- 2) 水饮料(普通矿泉水，运动性矿物质水)4支；
- 3) 茶饮料(绿茶，红茶，凉茶)5支；
- 4) 果汁饮料(橙汁，蜜桃汁，果粒橙)3支；
- 5) 儿童饮料(各种类型)2支；
- 6) 啤酒(单听装，整件装，瓶装)6支；

7) 苹果醋类(盒装, 瓶装)4支;

## 服装店五一活动方案篇八

五一劳动节, 是春节长假后的第一个黄金周, 是旺季来临的标志, 是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一劳动节的促销活动不仅不能错过, 且要重视并搞好。

继三四月销售低迷后, 五一劳动节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至, 季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为, 五一劳动节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)
- 2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)
- 3、近郊春游消费(饮料类、即零食类、休闲零食类、户外用品、运动用品、园艺用品)
- 4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季、夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)
- 5、福利消费(夏季消暑用品团体福利消费)

我们促销活动始终应围绕一个理念, “促销活动不仅是卖我们可卖的商品, 更是要卖顾客要买的商品” 只有超市的促销活动迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此, 我们要依据五一劳动节主要消费群体的需求, 挖掘供应商潜力, 合理组织相应的促销活动商品群。

### 一、确定促销活动期间

五一劳动节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的'促销活动期间不益太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销活动期应安排在4月28日起至5月8日止为益。

## 二、确定促销活动目的

虽说促销活动就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销活动重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一劳动节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销活动，也就是说要以提升客流量为主。在促销活动商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

## 三、确定促销活动主题和主力商品群

促销活动主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一劳动节促销活动主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销活动诉求。将诉求目的标语化便构成了促销活动宣传广告上的促销活动主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消

费品为主)

劳动光荣低价有礼 (数十种名优商品的大幅降价, 以家庭消费品为主)

开心度长假低价总动员 (出游用品、饮品、休闲零食、即零食特价)

清凉一夏低价风暴 (夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季 (夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天购物拿大奖 (有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣吃上再拿上 (游戏互动促销活动大规模的品尝买赠活动)

#### 四、确定促销活动商品分类比重及促销活动价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销活动主题及主力商品群后, 要进一步规划各类商品促销活动比重, 建议如下:

五一快讯各类促销活动品量零食类分类

主要品种促销活动品数让利幅度

生鲜包装熟肉装 10%—20%

散称熟肉、面包、散称饼干 10%—20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯 10%—20%

粮油色拉油25%—10%

10公斤代大米、面粉25%—10%

调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油（凉拌型）25%—10%

代干货（腐竹、粉丝）210%—20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%—10%

酒饮白酒（当地婚庆常用型）23%—5%

啤酒（单支、罐装）23%—5%

饮料（纯水、果汁、乳酸、茶）105%—10%

冲调（柑粉、固体果味冲饮）230%—50%

茶叶（散装、袋装）420%—30%

休闲饼干210%—15%

膨化410%—15%

果冻210%—15%

干果蜜饯410%—15%

山楂210%—15%

五一期快讯各类促销活动品量

非零食类分类主要品种

促销活动品数让利幅度洗化

洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化810%—15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂410%—15%

香皂（润肤型）210%—15%

护肤膏霜（防晒、保湿型、换季护肤品）1020%—30%

牙膏、牙刷410%—15%

卫生巾、卫生纸410%—15%

家居收纳整理袋、衣架410%—15%

居室清洁用具210%—15%

冰品制作模具、凉杯水具210%—15%

雨具210%—15%

家电夏凉家电（电扇、空调）45%—10%

摄影器材（像机、胶卷、电池）45%—10%

家纺内衣、睡衣、丝袜（夏凉型）1010%—15%

床品（凉枕凉席）210%—15%

毛巾（浴巾、毛巾被）210%—15%

运动服、鞋420%—30%

凉拖420%—30%

文体运动器材（羽拍类、球类）320%—30%

户外玩具类（风筝、摇控模型）420%—30%

## 五、确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销活动方式以外，还要有同超市促销活动主题紧密相关的促销活动方式，或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销活动方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销活动方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

- 1、买赠（一单购物达××元赠××物品）
- 2、互动有奖游戏（一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖）（如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛）
- 3、刮刮卡（一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖）
- 4、现场试吃试用（请厂家多提供）
- 5、演艺（请演艺队营造气氛）
- 6、小鬼当家

## 六、确定促销活动投入

我们建议五一劳动节促销活动费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销活动期间预记销售总额的1.5%。